

# FACEBOOK PARA EMPRESAS Y EMPRENDEDORES



**DURACIÓN: 56H**

## OBJETIVOS

- Conocer cómo se adapta la elaboración del plan de marketing tradicional a las especificaciones que comportan las redes sociales y herramientas 2.0.
- Aprender la importancia en la planificación estratégica de la creación del social media plan, documento indispensable antes de iniciar cualquier acción 2.0.
- Conocer la importancia del eBranding como filosofía del marketing y punto de salida de nuestras acciones.
- Aprender a desarrollar los diferentes perfiles que pone a nuestra disposición Facebook para desarrollar las relaciones sociales y generar conversación alrededor de la marca.
- Conocer a fondo la elaboración e implementación de las páginas y grupos desde la empresa.
- Desarrollar habilidades comunicativas que permitan una implementación efectiva de Facebook en la estrategia comunicativa de la empresa.

## CONTENIDOS

### Social media marketing

Introducción.

Social media marketing.

Social media engagement.

Social CRM.

El community manager.

¿Por qué elegir Facebook?

Caso de éxito: Obermuttern.

Resumen.

### Facebook marketing

Introducción.

eBranding.

Facebook marketing.

¿Perfil, grupo o página?

Caso de éxito: hotel Entremares.

Resumen.

### **Las páginas**

Introducción.

Crear una página paso a paso.

Interfaz de Facebook.

Caso de éxito: Oreo.

Resumen.

### **Aplicaciones**

Introducción.

Aplicaciones.

Aplicaciones propias: eventos y notas.

Aplicaciones profesionales.

Caso de éxito: Red Bull.

Resumen.

### **Creación de un grupo**

Registro.

Personalización.

Invitaciones.

Preguntas prácticas.

Ejercicios de autoevaluación.

### **Integración con otras herramientas**

Introducción.

Twitter.

Wordpress.

SlideShare.

Marcadores sociales.

Pinterest.

Instagram.

YouTube.

Foursquare.

Google Glass.

Caso de éxito: Real Madrid F.C.

Resumen.

## **Marketing para fans**

Introducción.

Inbound marketing.

EdgeRank.

Marketing para fans.

Optimizar la interacción.

Convertir usuarios en compradores.

Rentabilizar.

Caso de éxito: Hawkers.

Resumen.

## **Plataforma publicitaria**

Introducción.

Publicidad en Facebook.

Caso de éxito: Privalia.

Resumen.

## **Métricas y monitorización**

Introducción.

Key Performance Indicators.

Facebook Insights.

Monitorización: del ROI al IOR.

Caso de éxito: Coca-Cola.

Resumen.